



## **Otimização de Vendas em Serviços de Logística – Caso de Estudo da Indústria *Fashion***

Joana Martins Poças

**Mestrado em Matemática Aplicada à Economia e Gestão**  
Versão Pública

Trabalho de Projeto orientado por:  
Professor Doutor João Miguel Paixão Telhada



# Resumo

O presente trabalho reflete o resultado do estágio realizado na Empresa A, na área de *Pricing* e tem como principal foco a indústria *Fashion*, estando inserido no âmbito do mestrado em Matemática Aplicada à Economia e Gestão, pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa.

O trabalho consiste na análise da indústria *Fashion* com a finalidade de entender a relevância da definição de uma tabela de preços adequada a esta indústria. Realizou-se um estudo de mercado onde o principal objetivo é conhecer melhor cada cliente, mais especificamente, as suas preferências, o que valorizam na empresa e o que há em comum entre os vários clientes.

Previamente a esta análise foram estudados alguns conceitos como, por exemplo, o conceito de *Pricing* e de *Marketing*, uma vez que é importante ter uma ideia da área em que se desenvolveu este trabalho, como as empresas encaram os seus clientes e como arranjam estratégias para melhorar o serviço para os mesmos. Para ajudar a perceber como as empresas melhoram o seu serviço e também para perceber como as empresas veem o preço de um bem ou serviço, foi estudado um modelo que tem como foco dar a conhecer o processo de otimização do preço.

Por fim, foram retiradas as principais conclusões onde se releva se o principal objetivo deste estudo foi cumprido, isto é, se a construção de uma tabela adaptada é útil para o setor. E, ainda, se este estudo poderá abrir portas a novas oportunidades no setor.

**Palavras-Chave:** *Pricing, Marketing, Marketing Mix, Fashion*



# Abstract

The present work reflects the result of the internship held at Company A, in the pricing area and has as main focus the Fashion industry, inserted in the scope of the Mathematics Applied to Economics and Management Master's degree, by the Faculty of Sciences of the University of Lisbon.

This paper consists in the analysis of the Fashion industry in order to understand whether it is worth defining a price list suitable for this industry. A market study was conducted where the main objective was to better know each client, more specifically, their preferences, what they value in the company and what is in common among them.

Before this analysis, some concepts were studied, such as the concept of Pricing and Marketing, since it is important to have an idea of the area in which this work was developed, how companies view their customers and how they find strategies to improve the service for them. To help understand how companies improve their service and also to understand how companies see the price of a good or service, a model has been studied that focuses on the price optimization process.

To finish, the main conclusions were drawn on whether the main objective of this study was met, that is, whether the construction of an adapted table is useful for the sector. And also, whether this study could open the door to new opportunities in the sector.

**Keywords:** Pricing, Marketing, Marketing Mix, Fashion